

СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ ТРУДОВОЙ МОТИВАЦИИ ПО РЕГИОНАМ РОССИИ¹

В работе представлен сравнительный анализ мотивов труда работников в десяти регионах России, в рамках проекта «Социокультурные портреты регионов России» [1] и исследования «Трансформации мотивации и трудовых отношений в условиях кризиса на примере Тюменской области», выполненного по сопоставимой методике.

Процесс трансформации трудовых отношений в России реально складывался под влиянием как экономических, так и социокультурных преобразований в сфере экономики. При этом – как отмечают многие эксперты – ни те, ни другие институционально не состоялись. Экономические преобразования, целью которых было формирование эффективного собственника и новых отношений собственности и которые проводились за последние двадцать лет преимущественно на основе западных моделей и технологий ведения бизнеса, в российской экономико-правовой и социокультурной институциональной среде потерпели крах. Ориентирами в экономической политике новых собственников оставалось извлечение прибыли и максимальный объем продаж, завоевание и роста долей рынков сбыта для своих предприятий, формирование у работников ценностей индивидуального интереса и рационального поведения. Заимствованные на Западе новые трудовые технологии сочетались с традиционно господствующим в России подходом, согласно которому поведение человека соответствует правилам, заложенным в социалистической социально-экономической модели труда. Предполагалось, что старые «советские» культурные нормы будут вытесняться новыми «рыночными», как более эффективными. Однако в реальной трудовой

¹ Работа выполнена в рамках ФЦП, контракт № П859; и при финансовой поддержке фонда РГНФ, грант №09-03-00676а.

практике всё оказалось сложнее, возникли трудности как для их собственной идентификации, так и для идентификации основных параметров труда и трудовых отношений.

Изучение трудового поведения и трудовой мотивации в российском обществе предполагает обращение к методологическим подходам, которые учитывают активную роль индивида, самостоятельно и ответственно вырабатывающего стратегии трудового поведения на основе своего личного (ресурсного) капитала. Такой подход считается деятельностно-активистской парадигмой, где на первый план выходит понятия "социальный ресурс" и "социальный капитал", а "движителем" выступают социальные субъекты, которые в зависимости от наличия у них достаточного социального ресурса способны изменить правила социальных взаимоотношений [2].

В кризисный период сфера труда оказалась в самом уязвимом положении, поскольку именно в ней выразительней всего были видны изъяны экономической политики российского государства, а также все экономические и социальные деформации, наблюдавшиеся в постсоветской России. Происходит перераспределение социальных акцентов у работников в направлении мотивов адекватных требованиям рыночной экономики. Здесь важна сравнительная распространенность ценностей самостоятельности и независимости или, наоборот, покоя и защищенности, патернализма или готовности к ответственности и риску, соотношение ориентации на достижение успеха или на избегание неудач. Трудовая мотивация является одним из социальных показателей качества развития экономики. Мотивацию к труду обычно отождествляют с внутренними побуждениями, с внутренней регуляцией деятельности, включающей не только потребности и интересы, но и жизненные ориентации и притязания, оценки и удовлетворенности – все то, что характеризует значимость чего бы то ни было для человека и что, в соответствии с этим, направляет его деятельность. Поэтому среди основных целей рыночных реформ организаторы выделяли формирование у работающего населения страны новой системы трудовой мотивации. Она

предполагает ориентацию работников на качественный труд, на мотивацию «достижения успеха».

Чтобы проследить динамику трудовых отношений в общероссийском контексте, были привлечены результаты всероссийского проекта «Социокультурные портреты регионов России», в рамках которого было проведено три волны общероссийских исследований и исследования регионов Российской Федерации (РФ) по сопоставимой методике по квотной репрезентативной многоступенчатой выборке в разрезе половозрастной структуры, учитывающей образование и тип населённого пункта в разрезе региона РФ (области или республики).

Ниже приведена типология трудовых мотивов в прожективной ситуации, рассмотренная как ответы на вопрос *«Какую работу Вы бы предпочли сегодня, если бы могли выбирать?»*. Варианты ответов были условно разделены на типы «рыночные» и «не рыночные» мотивы выбора работы в прожективной ситуации.

Во всех российских регионах, представленных ниже, в прожективной ситуации выбора работы доминируют нерыночные мотивы. Тюменская область, отличаясь от общероссийской ситуации в 2006 г., за три года продемонстрировала ярко выраженную динамику роста нерыночного типа трудовой мотивации. Как видно из данных табл. 1, у большинства работающего населения России ведущий тип мотивации – не рыночный. Для них адаптация к рыночным условиям означает простое приспособление, нередко с понижением статусной позиции и материального уровня жизни, их отличает пассивное приспособление к изменениям в трудовой жизни. В то же время часть занятых в экономике имеют другую мотивацию, соответствующую условиям рынка – это группа активного населения, ее представители используют и культурный и социальный капитал для адаптации к реформам.

Таблица 1

Типология трудовых мотивов жителей регионов России, 2006-2009 гг.
(мотивы выбора работы в прожективной ситуации) [3].

	Регионы	Рыночные	Нерыночные
2006 г.	Российская Федерация	33	53
2007 г.	Курская область	37	54
	Смоленская область	32	65
2008 г.	Вологодская область	32	41
	Республика Карелия	29	61
2006 г.	Ульяновская область	28	51
	Чувашская Республика	31	56
	Пермский край	34	54
2006 г.	Ханты Мансийский АО	32	54
	Ямало-Ненецкий АО	32	54
	Тюменская область (без АО)	41	43
2009 г.	Ханты Мансийский АО	27	63
	Ямало-Ненецкий АО	32	62
	Тюменская область (без АО)	27	59
2010 г.	Тюменская область (без АО)	32	58

Примечание: при межрегиональных сравнениях привлекались опубликованные данные по ответам на аналогичные вопросы, проведенные самостоятельными творческими коллективами в рамках общего проекта по сопоставимой методике при поддержке фонда РГНФ. Авторы благодарны этим творческим коллективам за разрешение использовать эти результаты на условиях взаимного обмена данными.

В нашем эмпирическом случае при изучении мотивации важен сам факт выявления мотивов активного рыночного типа. На основании наших данных можно предположить, что в целом по России соотношение «активных» и «пассивных» составляет 1,0:1,5. Несмотря на «численный перевес

пассивных», можно сделать предварительный вывод, что рыночные реформы всё же прошли не даром, и у части населения сформировалась готовность к работе в новых рыночных условиях.

Представленные данные по десяти регионам России позволяют сделать вывод о том, что лишь относительно небольшая доля населения готова работать так, как требуется в рыночной экономике. В этой группе сосредоточены в большей степени мужчины, лица молодого и среднего возраста, образованные, чаще всего они – городские жители. Патерналистские принципы работы — за небольшой, но твердый заработок, дающий много свободного времени, более легкую работу, за уверенность в завтрашнем дне, с большим или меньшим перевесом в разных регионах выступает сравнительно большая часть работников (по разным регионам от 31% до 59%). И только часть образованного населения России молодого и среднего возраста (по разным регионам от 9% до 17%) хотят успешно адаптироваться к рынку труда, осознанно выбирают рыночные стратегии поведения, демонстрируют готовность к напряженному, интенсивному труду. Этой группе занятого населения присуща высокая достижительная мотивация, в ней есть определённый слой людей, настроенный на организацию и ведение собственного бизнеса.

Литература

1. Регионы в России: социокультурные портреты регионов в общероссийском контексте / Институт философии. Центр изучения социокультурных изменений. Научно-координ. совет секции ФСПП ООН РАН «Проблемы социокультурной эволюции России и ее регионов» / Сост. и общ. Ред.: Н.И. Лапин, Л.А. Беляева. - М., Academia, 2009. - 808 с.

2. Ядов В.А. Социальный ресурс индивидов и групп как их капитал: возможность применения универсальной методологии исследования реального расслоения в российском обществе // Кто и куда стремится вести Россию? Акторы макро-, мезо- и микроуровней современного

трансформационного процесса. М.: Московская высшая школа социальных и экономических наук, 2001. С. 311-313.

Воронина Л.И.,

г. Екатеринбург

РОЛЬ СТЕРЕОТИПОВ В ВОЗДЕЙСТВИИ НА ПОВЕДЕНИЕ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ

Значение междисциплинарных исследований возрастает в современном обществе. Результаты таковых исследований активно используют практики. В настоящее время наблюдается активное взаимодействие экономических дисциплин, к которым относят маркетинг, и социологии. В настоящей статье автор использует междисциплинарный подход, исследуя роль стереотипов в воздействии на поведение потребителей.

Несмотря на кажущуюся разницу в поведении индивидов в разных сферах жизнедеятельности, наблюдаются определенные закономерности. К этим закономерностям поведения индивидов в разных сферах жизнедеятельности относятся воспроизводимые ими стереотипы. В данном случае под стереотипами понимаются взаимосвязанные элементы: отношения, потребности, ценности, интересы, которые детерминируют сознание и поведение индивидов. При этом предусматриваются стереотипы функционирования и развития.

Поведение тех, кто покупает продукты (или товары) и соответственно их потребляет, можно обозначить как потребительское поведение, которое также детерминировано стереотипами. Стереотип функционирования и стереотип потребительского поведения, воспроизводимый в процессе приобретения привычного продукта, идентичны и социальны по происхождению, форме и содержанию выбора способа реализации общих потребностей человека. Люди совершают приобретение привычных продуктов (или товаров) на автоматическом уровне и одними и теми же способами. Стереотип функционирования, связанный с удовлетворением потребностей, также воспроизводится одними и теми же способами.